

令和4年中標津町議会12月定例会委員会代表質問

通告	質問委員会・議員	質 問 事 項
1	総務文教常任委員会 8番 江口智子	ふるさと納税推進について 1) 中間事業者への業務委託の範囲について 2) 専任の地域おこし協力隊設置について 3) 令和5年度の目指す寄附額と地元雇用の創出について

令和4年12月定例会委員会代表質問

通告 1

総務文教常任委員会

質問 ふるさと納税推進について

江口 智子 委員長

【質問：江口 智子 議員】

8番、江口智子でございます。総務文教常任委員会の代表質問を行わせていただきます。ふるさと納税推進について。

ふるさと納税事業は、当町にとって貴重な自主財源に位置づけられますが、周辺自治体が大きく実績を伸ばす中、令和3年度は件数・寄附額ともに令和2年を下回りました。

中標津町議会においては、所管である常任委員会にとどまらず、昨年よりすべての常任委員会でふるさと納税を調査事項とし、前期の厚生常任委員会では本年7月、道内視察の折に千歳市を訪問し、大きく実績を伸ばした秘訣を伺うなどしてきました。

9月に後期の総務文教常任委員会が発足し、ふるさと納税の研究テーマを返礼品開発と委託事業者の2点に絞り、10月には委託事業を行う企業からの聞き取り、11月には地元の返礼品事業者への視察を実施するなど調査研究を進めております。

令和3年度決算審査において、中間事業者の委託先を含めた現体制の見直しの必要性について検討を進めるとの答弁を受け、予算編成を見据えたこの機会に総務文教常任委員会の調査を踏まえ、3つの観点から代表質問させていただきます。



質問 1 中間事業者への業務委託の範囲について

【質問：江口 智子 議員】

1点目、中間事業者への業務委託の範囲についてであります。令和3年度の寄附額が前年を下回った要因として、決算審査の際に掲載ポータルサイト数が少なかったことと、プロモーションが十分にできていなかったとする、体制側の問題を挙げられ、10月の総務文教常任委員会では、令和4年は寄附者へのPRとして、新たにサイトを増やし、中

標津町ふるさと応援大使を創設との報告を受けています。

PRの手法について委託事業者からは、魅力のある商品をどのカテゴリーで地域の魅力を伝えるのか、競争力のあるカテゴリーはどこなのかを見定めた上で、商品の撮影やデザインの投入を行い、価格調整をし最後に広告となると伺いました。また、返礼品事業者にふるさと納税担当者に望むことを尋ねると、うちは無添加にこだわっている。今、消費者から求められているのは添加物を使用しない、安心安全な食べ物だ。そして、ふるさと納税限定の返礼品であることをしっかりとPRして欲しいとのことで、改めてサイトでその事業者の返礼品を見たところ、写真にも紹介文にも無添加、ふるさと納税限定の表記は見られませんでした。

このように、現在のサイト構成はほぼ自前で行っており、写真も含めてその魅力を十分に伝え切れていない部分が垣間見えることから、ふるさと納税がネットショッピング化している今、サイトの構成も含めたPRを中間事業者に委ね、専門的視点で素材を磨き、返礼品の魅力を発信すべきだと考えます。

自治体業務の省力化、かつ、ふるさと納税事業全般にわたる運用を任せられる事業者の選定を前提としたうえで、現在検討されている中間事業者について、特にPRとサイトの充実を図る部分についての委託範囲はどの程度と考えておられるか伺います。

【答弁：町長】

江口議員御質問の中間事業者への委託業務の範囲について御答弁申し上げます。

制度が開始された平成20年には20件も満たなかった中標津町のふるさと納税寄附者は、返礼品事業を始めた平成28年には2,000件を超える規模に増加し、令和3年度については約7,000件近くの寄附をいただくまでとなりました。また、日本全体のふるさと納税寄附金額は、令和3年度過去最高額の8,302億円を記録し、返礼品やPRの多様化が進んでおります。

このような状況を踏まえ、本町も令和4年度から新たにふるさと納税を主業務に据えた係を創設し、事業の推進に努めているところであります。

議員御指摘のとおり、ふるさと納税は実態としてはネットショッピングと類似している部分が多く、事業を進めるに当たっては、専門性の高いノウハウを持つ中間事業者の活用が重要であると認識しております。

現在、ふるさと納税市場が拡大していく中で中間事業者においてもさまざまな特徴を持った企業が参画しており、本町としましてもふるさと納税制度を活用した地域経済の活性化及び自主財源確保を図るため、平成28年度から継続している中間事業者も含め

た推進体制の見直しを検討しているところであります。

体制の見直しに当たりましては、御提案のありました自治体業務の省力化はもとより、PR力の高いページデザインによるポータルサイトの充実や、マーケティングによる企画提案など中間事業者への委託範囲も踏まえ、町と返礼品事業者、そして中間事業者が一体となり、ふるさと納税を取り組める体制を目指してまいりますので、御理解をお願い申し上げます。

【質問：江口 智子 議員】

8 番、江口智子でございます。

寄附額を伸ばすためには、中間事業者に託す業務の中でも、特にPR及びプロモーションの強化、サイトの充実が重要であるという認識で一致したものと理解いたします。

中標津町と同様に海がなく、海産物を返礼品の主体としない千歳市では、平成 29 年の寄附額が 6,500 万であったのに対し、令和 2 年は 32 億円、令和 3 年は 40 億円とわずか 5 年で寄附額を 60 倍以上に大きく更新し続けております。

しかしながら、実践したことはポータルサイトを増やすことと、返礼品を増やすことの 2 つのみであり、鍵は一連の作業をすべて中間事業者任せ、中間事業者がそれぞれの部門を専門性の高い子会社に発注することで、業務全般のクオリティを保てており、中でも 1 番注力しているのが、ポータルサイトの充実とのことでした。

例えば、お中元やお歳暮の時期に贈答品となる返礼品には、注文から 3 日以内に発送とはっきり時期をうたうことで注文数が伸びる。カスタマーレビューへのレスポンスも非常に大切であり、ネガティブなレビューは注文数の低下を招くため、迅速かつ丁寧な返信を心がけるなど、中間事業者がPRの強化、こまめな対応をしております。

サイトの充実と寄附額の相関関係を考えると、中間事業者の選択にふるさと納税の浮沈がかかっているといっても過言ではありません。実績があり、地域密着で町や返礼品の魅力を発信する中間事業者をイニシャルコストが少々高くとも、数年かけて回収するくらいの覚悟で選定すべきであると考えますが、この点、町長はどのようにお考えでしょうか。

【答弁：町長】

御答弁申し上げます。

新たな返礼品の発掘や開発、事業者との円滑な体制を構築するためには、地元事業者と密着した関係性が非常に重要でございます。中間事業者においても地元事業者へ足を

運び、きめ細やかな対応ができるレスポンスの良さは中間事業者の選定におきまして重要な要素でございます。

いずれにしても、ふるさと納税の推進に当たりましては、中間事業者への委託範囲も含めまして、さまざまな要素を検証し、本町の強みを最大限に引き出すことができる体制を目指してまいりますので御理解をよろしくお願い申し上げます。以上です。

質問２ 専任の地域おこし協力隊設置について

【質問：江口 智子 議員】

８番、江口智子でございます。２問目の質問に移らせていただきます。専任の地域おこし協力隊の設置について質問をいたします。

中標津町におけるふるさと納税事業は、なかしべつ観光協会が実施主体となり運用していますが、近年、事務局職員や地域おこし協力隊員の入れ替わりが続いており、これまでの業務内容の引き継ぎや事業者を訪問し、返礼品を開拓する体制が現実的に手薄となっている状態が続いています。

町として、本年４月よりふるさと応援係を新設し、ふるさと納税の巻き返しを図ろうとしている時に、実動部隊である観光協会が十分に機能しなければ、事業の遅滞を招きかねません。

三笠市では、ふるさと納税を含む、特産品開発部門での地域おこし協力隊を置き、中間事業者とともに歩いて返礼品開拓を行いながら、足りない部分の返礼品の写真撮影をするなど、小回りの利く活動をしているとのことでした。

当町にあっても、最初に質問したような中間事業者と返礼品事業者をつなぐ立ち回りを期待するのであれば、専任の地域おこし協力隊を設置し、重厚な体制で臨むべきと考えますが、専任隊員の設置に対する町長の考えを伺います。

【答弁：町長】

江口議員御質問の専任の地域おこし協力隊設置について御答弁申し上げます。

ふるさと納税の推進に当たっては、返礼品を提供する事業者と自治体が一体となり進めていくこと、事業者の声をしっかり聞き信頼関係を築いていくことが、ふるさと納税を活用した地域活性化への足がかりとして重要であると考えております。

そのため、４月より新設しましたふるさと応援係において順次、返礼品事業者を直接訪問し事業展開を進めておりますが、御指摘のとおり、現在観光協会の体制も含め、マ

ーケティングやプロモーションなどのノウハウが確立していない状況であると私も感じております。

このような中、マーケティングやプロモーションなどの専任の地域おこし協力隊の設置は返礼品事業者の発展と中標津ファン獲得への有効な手段の一つとして認識しております。

今後のふるさと納税推進に向けた体制整備におきましては、地域おこし協力隊の任務や必要性も含め、１点目の御質問に申し上げますとおり中間事業者の委託範囲とあわせて検討してまいりますので、御理解を賜りたくお願い申し上げます。

【質問：江口 智子 議員】

８番、江口智子でございます。

地域おこし協力隊の任務を検討される際は中間事業者の補完業務とあわせて、返礼品事業者をよく知り、事業者間のマッチングや返礼品のセット展開など、町外出身の隊員の視点を生かし、活躍できる場を考えるべきであると思います。

先日、総務文教常任委員会で水産加工品を扱う返礼品事業者を視察した際、国内有数の窒素で鮮度を保つ機器を有し、商品開発の余地はまだまだあると頼もしい言葉を聞くことができました。しかしながら、近海で多くとれるぶりを使って、ブリしゃぶセットの商品化を考えているものの、タレを自社製造できないため商品化を思いとどまっているとされていました。

このような声を地域おこし協力隊員が拾って、例えば農高生にタレのレシピを考案してもらい、そのレシピをもとに町内の事業者がタレを製造してもらう。そうすると高校生レシピのタレ付きという話題性のある、ほかでは買えないブリしゃぶセットが生まれます。

また、町が現在実施しているアフターコロナに向けた特産品開発等支援事業補助金には、１１月末現在１１社から申請があるとのことで、ここから多くの返礼品が生まれるよう、コロナ禍で事業の立て直しを図る事業者の支援も必要であります。

地域おこし協力隊の採用に当たっては、最長３年間の任期を終えた後も経験を生かして、引き続きふるさと納税の事業者として、町内にとどまってもらうくらいのことを見越し、町独自に報酬の上乗せをしても熱意のある人材を採用すべきであり、また勤務地も担当職員と業務の連携を密に取れる場とすべきと考えますが、この点について町長のお考えをお聞かせください。

【答弁：町長】

再質問に御答弁申し上げます。

ふるさと納税において、仮に地域おこし協力隊を設置し有効に機能させるためには、隊員の能力が十分に発揮できる体制環境が必要であると考えております。

また、協力隊の活動においては明確な目標、ミッションを示し、その目標達成に向けて職員とともに事業者と一体となった活動が、ふるさと納税の活性化はもとより、地域おこし協力隊制度の本来の目的である本町への移住の足がかりとなるものと考えます。

したがいまして、今後において地域おこし協力隊を設置する運びとなった場合は、職員と常に情報共有を図ることができる政策推進課内に設置することが現時点では望ましいと考えております。以上でございます。

質問3 令和5年度の目指す寄附額と地元雇用の創出について

【質問：江口 智子 議員】

8番、江口智子でございます。3点目は、令和5年度の目指す寄附額と地元雇用の創出について質問させていただきます。

ふるさと納税はその年の収入が確定する年末にかけて寄附件数が大きなピークを迎えることが特徴です。そのため、現在は返礼品事業者に任せている発送業務は、注文が殺到した場合、自社で賄わなければならない、大変な思いをしている事業者もあると聞いております。また、受領書やワンストップ申請書の発送なども、件数が増えれば大きな負担となります。

今後、寄附額の向上を目指すのであれば、発送業務についてもさらに多忙をきわめることとなり、かき入れ時の年末に発送業務の下敷きになるから返礼品はやりたくないとならないように事業者の負担を軽減し、地元雇用の創出につなげる発想が必要ではないでしょうか。

令和4年9月末現在の寄附額は3,119万円で、令和3年9月末の3,190万円とほぼ同じ数字で推移しています。サイト数を増やしたことが年末の寄附額に貢献することを願いますが、今後、中間事業者の委託先変更を含めた体制の見直しにより、令和5年の寄附額をどの程度と考え、規模に合わせた事業展開を図るのか、その展望を伺います。

【答弁：町長】

江口御質問の令和5年度の目指す寄附額と地元雇用の創出について御答弁申し上げます。

ます。

ふるさと納税制度は、ふるさと納税をきっかけとして、寄附者が本町のファンになっていただくことで収入を確保する短期的視点のほかに、地域資源を活用したサービス、商品の情報を発信し地域事業者の販路拡大と成長につなげていく地域活性化の手段とした長期的視点に立った活用が重要であります。

議員御指摘のとおり、ふるさと納税は寄附の多くが 12 月に集中することから、返礼品事業者におきましては発送等の負担が一時的に増加することは認識をしております。

本町としましては、返礼品事業者がふるさと納税による過度な負担とならないよう事業者とのコミュニケーションを図りながら、販路拡大に向けた支援を行い、返礼品事業者には、ふるさと納税による収益を活用した事業の拡大・成長につなげていくことにより、新たな雇用の創出にもつながるものと考えております。

現在ふるさと納税の市場規模は 1 兆円に迫る勢いであり、自治体にとっては多額の寄附獲得へのチャンスではありますが、その一方で自治体間の競争も過熱し、国はふるさと納税制度のルールのさらなる厳格化を進めております。また、急激な寄附獲得は返礼品事業者の負担増加やふるさと納税への過度な財源依存などのリスクもあります。

本年 11 月末現在、寄附申込額は 5,884 万円であり、ほぼ前年並みとなっております、大きく伸びるこの 12 月に期待をするところであります。

令和 5 年度の目指す寄附額はという質問でございますが、第 7 期総合計画において、ふるさと納税寄附額を令和 7 年度に 2 億円、計画最終年度である令和 12 年度に 3 億円を目標としておりますが、1 年でも早く達成することを目指して新たな寄附者獲得に努めていくと同時に、事業者の発展と成長の支援、連携を強化し、ふるさと納税をきっかけとした地域の稼ぐ力を引き出せるよう取り組んでまいりますので、御理解をお願い申し上げます。

【質問：江口 智子 議員】

8 番、江口智子でございます。

発送業務に関しては、事業者からの要望を丁寧に聞き取りながら寄附額の拡大にあわせ、雇用の創出も含めた適切な支援体制を整えていただきたいと思います。

総務文教常任委員会では、明年宮城県白石市の視察を検討しております。白石市の主力返礼品は 1 万円のアイスクリームセットであり、ここ 3 年間で 2 億円、5 億円、10 億円と順調に寄附額を伸ばしています。千歳市もそうですが、海産物や値の張る返礼品が主力でなくとも、適切なプロモーションにより寄附額を延ばせることを、多くの自治体

が証明しております。

当町も波に乗れば、目標年度よりも早くに2億円の達成は可能であり、その先に5億10億も見えてくるものと考えます。中標津町においても、乳製品は主力返礼品の一つであることから、担当職員は類似する返礼品で成果を出している自治体を視察し、ノウハウを学ぶ必要があると思います。目標額を達成するための職員の視察に対する考えを伺います。

【答弁：町長】

再質問に御答弁申し上げます。

寄附額の多い自治体の調査につきましては、別海町や白糠町の担当者を招き、また訪問し、情報交換を行ってきたところでございます。

議員御指摘のとおり、本町と類似した返礼品を取り扱い、中でも寄附額を伸ばしている自治体への視察や調査研究をすることは、今後、ふるさと納税を推進する上での取り組むべき要素の一つでありますので、そのような自治体の数の調査も含めて検討してまいりたいと思っております。

また、職員がふるさと納税をすることで、他の自治体がどのような返礼品を扱い、寄附者へどのようなアプローチを行っているかなど、参考となることも多いとは考えられますが、ふるさと納税は他の自治体へ寄附することで、個人の税金の控除が受けられる制度でありますことから、あくまでも個人の判断により寄附するものであることを御理解願いたいと思っております。

【質問：江口 智子 議員】

令和4年のふるさと納税の主要施策に、職員からも返礼品のアイデアを募るとありましたが、そもそも職員はふるさと納税をしているのでしょうか。

ただいま町長から答弁いただきましたとおり、中標津町に限らず、自治体職員は他の自治体への寄附行為を控える方が多いと推察しますが、ふるさと納税をしていない人から良いアイデアが出るとも思えません。ペーパードライバーに運転の上達法を聞くようなものではないでしょうか。

千歳市では、担当職員が自らふるさと納税をして、ネットショッピングとは異なる返礼品の付加価値の調査やサービスの比較検討をしていると伺いました。ふるさと納税の司令塔である担当職員はもとより、アイデア提供を志願する職員が後ろめたい思いをせずに職務遂行できる環境づくりのためにも、町長の一声が必要ではないでしょうか。

【答弁：町長】

再度の御質問にお答え申し上げます。

職員がふるさと納税をしているかという件につきましては、若干の例はあるようでございますが、確かに多くはないという状況でございます。

また、アイデア募集という部分でありますけれども、広くですね、やはり職員からアイデアを募りまして、こういった部分で対応していくというのは非常にいいことだと思いますので、無理しない程度でありますけど、積極的にという話にはまたならない部分がございますので、その点は御理解いただきたいと思うんですけれども、意見を参考にさせていただきますまして、積極的なふるさと納税推進に向けて努力したいと思って考えております。以上でございます。